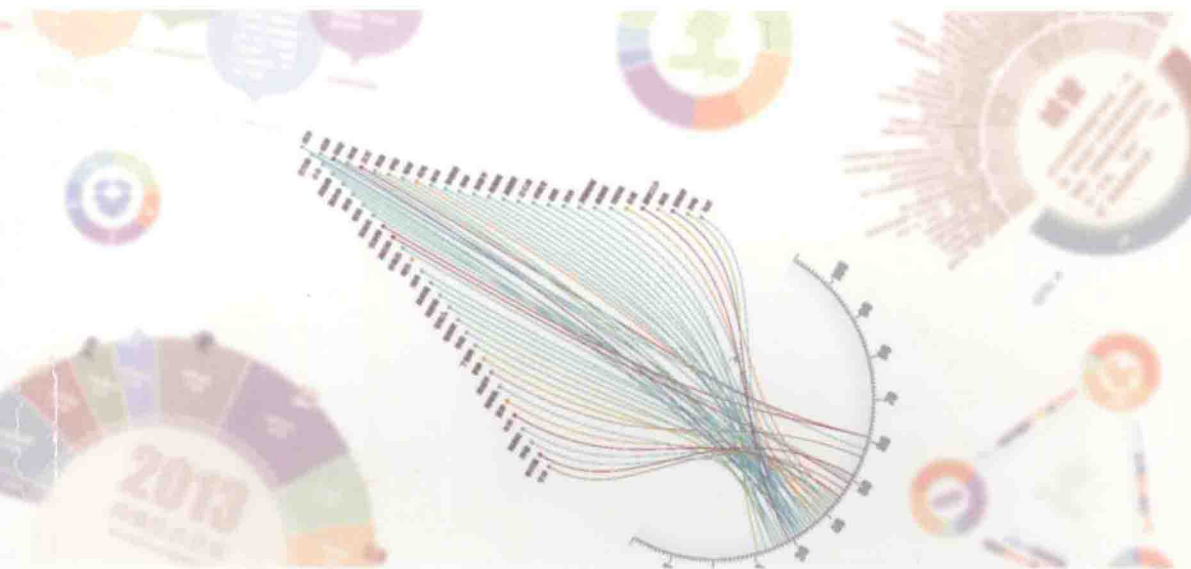


舆情观察

PUBLIC OPINION OBSERVER

暨南大学舆情与社会管理研究中心 凯迪数据研究中心 主编



网络问政

- 蓝 云 “网络问政”重塑舆论场的价值共识
- 刘 进 云平台驱动下的“南方问政”模式
- 袁尚文 地方网络行政的“南海模式”探究
- 屈 伟 大数据背景下的网络问政
- 李 彪 当前网络舆情发展特点及管理策略研究
- 袁 星 网络问政中的“次生灾害”处置
- 郭 毅 为中国网络政治祛魅
- 陈桂琴 镜像星巴克



国情观察

2014年第1期 (总第100期) 1-12



目录

- 1-12 “一带一路”战略实施与
中国对外投资增长趋势
——以“一带一路”沿线国家
为例的实证分析
- 13-18 中国对外投资的
区域分布与结构变化
- 19-24 中国对外投资的
行业分布与结构变化
- 25-30 中国对外投资的
地区分布与结构变化
- 31-36 中国对外投资的
企业分布与结构变化
- 37-42 中国对外投资的
政策环境分析
- 43-48 中国对外投资的
未来展望

輿情观察

PUBLIC OPINION OBSERVER

网络问政

暨南大学輿情与社会管理研究中心 凯迪数据研究中心 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

舆情观察·网络问政/暨南大学舆情与社会管理研究中心,凯迪数据研究中心主编.
—北京:人民日报出版社,2014.6
ISBN 978-7-5115-2681-6

I. ①舆… II. ①暨… ②凯… III. ①电子政务—研究—中国 IV. ①D630.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 123805 号

书 名: 舆情观察·网络问政

作 者: 暨南大学舆情与社会管理研究中心 凯迪数据研究中心

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 林 薇

封面设计: 凯 迪

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530

编辑热线: (010) 65369526

网 址: [www. peopledailypress. com](http://www.peopledailypress.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 889mm ×1194mm 1/16

字 数: 307 千

印 张: 16.75

版 次: 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-2681-6

定 价: 32.00 元

发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换

CONTENTS 目录 | VOL.6

| 卷首

- 003 麦尚文 网络赋权与问政“善治”

| 重磅

- 009 蓝云 “网络问政”重塑舆论场的价值共识
——一位网络问政官的观察与思考
- 013 刘进 “资源+团队+跨界”
张学斌 ——云平台驱动下的“南方问政”模式
戎飞腾
- 018 盛正挺 政务传播走向移动互联
——一名记者对佛山南海“网络强区”的再观察

| 焦点

- 025 李彪 当前网络舆情发展特点及管理策略研究
- 036 屈伟 大数据背景下的网络问政
- 048 李向帅 微博舆论下主流话语的危机与应对
- 058 罗昕 政务微博影响力的评价体系与提升策略
- 077 郭毅 为中国网络政治祛魅——从周永明《中国网络政治的历史考察：电报与清末时政》谈起

| 新生代·新生态

- 085 李龙 舆论狂欢背景下网络热点事件对青年大学生思潮的影响——以“李天一案”为例
- 090 程杰 新媒体传播创新与青年认同漫谈

| 故事荟

- 099 邹雨茉 天津“汽车限购令”的公众表达与蝴蝶效应
陈泽然
- 105 马陈南 内地幼童香港便溺争议事件舆情分析

| 信息图

| 说文解字

- 123 陈桂琴 镜像星巴克

- 129 黄雪姣 社会化媒体时代的“意见领袖”嬗变

| 分析师手记

- 137 方晓林 打击网络谣言行动舆情观察
邢思悦

| 案例库

- 145 麦尚文 “互联网思维”与政府传播创新
江东波 ——地方网络行政的“南海模式”探究
- 153 申新 问政沟通与“舆论情绪”疏导
江燕 ——浙江余姚“鞋哥”事件的应对分析
- 165 袁星 网络问政中的“次生灾害”处置
——以四川阆中国土局“神回复”事件为例
- 177 叶培森 国际舆情事件中的话语提升与认同建构传播
罗晓艺 ——基于 ABC 辱华事件的舆情分析报告

| 田野调查

- 193 朱磊 广州市民十八届三中全会认知与评价调查报告
张琦
孙莉
- 208 李四方 “广货”边贸发展及其品牌传播策略研究
李苗

| 专论

- 217 肖伟 简论新媒体环境下民间传播主体的新闻框架
- 227 陈梦婷 广东民间个体行动者的问政路径与传播策略
- 234 黄伊霖 微博舆论场中的谣言及其调控
- 239 刘媛媛 转型浪潮中报纸的“变”与“不变”
- 244 李梓菡 商业微博谣言的危害及治理机制
阳翼
- 252 刘梦宇 从《西藏日报》的评论看媒介对国家认同的塑造
- 256 邱一江 BBC 和《纽约时报》什邡事件报道的新闻语篇比较
范晓玲
熊科伟

| 编后记

- 265 陈泽然 面子和里子

輿情觀察

PUBLIC OPINION OBSERVER

网络问政

暨南大学輿情与社会管理研究中心 凯迪数据研究中心 主编

网络赋权与问政“善治”

■ 麦尚文

“问政”一头牵住三个舆论场。

作为近5年来关于政府网络事务的最热话题，它“连接”着民间舆论场、官方舆论场与新兴的互联网舆论场多重关系。这其中，有对话、协商，也有抗争、磨合；有赋权与消解，更有倒逼与迎合。“各怀心事”，不一而足。

因此有人说，国内的网络问政参政，“在全世界是一道独特的风景线”。如今，个中关键，是要从这一“问政景观”中看到更多。我们尝试从舆论场的两个关键词切入。

首先是“赋权”。网络问政实践无疑加速了国内公民的“互联网学习”进程，且效果显著。从论坛的新闻式曝光，到微博中的“广场话语”、微信社群的信任私语；从借用网络反腐武器，到建立自媒体平台聚合人群；从充当匿名屌丝，到网络意见领袖的身份角逐，互联网的赋权渠道增多、公民用权的实训与观摩也更加频繁了。

与“媒介素养提升”这一赋权的基本意义不同，问政语境中的赋权似乎让互联网“不堪重负”。从趋势看，网络问政必然“降温”，走向规范、有序。在经历过话语训练后，线上线下问政出现迁移与融合势头，形成了当下善用多种话语工具的跨界意见领袖，以及“跨界舆论场”。近日公益组织发布《政府信息公开条例执行情况民间观察报告》，便是一例体现。这样，普通公民的互联网思维与精英化的意见领袖“双重结合”，加上自媒体平台及个人门户的滥觞，必将对未来的舆论场产生重构作用，也直接影响着官方舆论场的互动方式与发展态势。

这就带来了问政中的政府治理新命题，即舆论场的第二个关键词，有两个选项，一个是“应对”，另一个是“善治”。经过微博问政、突发舆情处置等实操，政府的“应对”策略已不在话下，但“应对思维”却有着明显局限。它是被动出击的、临时策动的，是因事反应式的，并非机制驱动。更突出的是，它是一种偏于“权力维稳”心态，无法深入洞察赋权后的意见群体变化，也难以有效对接跨界后的舆论场。媒体频繁发布的“网

络舆情应对能力排行榜”，进一步强化了这样的“应对思维”，依然无助于改变官方舆论场的自我割裂与封闭。

从另一层面说，网络问政恰恰暴露了政府在互联网语境中的舆论场“连接”不足，以及由此带来的当下政府传播体系的系统性漏洞。“问政”实践把政府带入线上线下的“互联体系”之中，只是政府尚未准备好一整套对接的系统——包括信息体系、发言体系、处置体系及评估体系等。十八届三中全会明确提出“推进国家治理体系和治理能力现代化”，实质正是要把网络问政、媒体话语、舆情管理及政府传播体系，纳入政府治理体系之中，作为核心能力要素重点打造。

这样，政府不但要补足“传播短板”，还要植入“互联思维”，打造一个具有核心能力的现代传播体系，在治理体系之中考量“传播”创新，而终极目标则在于推动“善治”。2014年4月份发布的“广东政府治理能力现代化”优秀案例榜单，用三个一级指标（治理创新、舆情引导、网络问政）构成了一份“善治清单”。“粤治”样本探索出的这一基本模式，对全国范围从问政、互联到善治考量不无裨益，可藉参照。 

（作者系暨南大学新闻中心副主任、副教授、博士）

CONTENTS 目录 | VOL.6

| 卷首

- 003 麦尚文 网络赋权与问政“善治”

| 重磅

- 009 蓝云 “网络问政”重塑舆论场的价值共识
——一位网络问政官的观察与思考
- 013 刘进 “资源+团队+跨界”
张学斌 ——云平台驱动下的“南方问政”模式
戎飞腾
- 018 盛正挺 政务传播走向移动互联
——一名记者对佛山南海“网络强区”的再观察

| 焦点

- 025 李彪 当前网络舆情发展特点及管理策略研究
- 036 屈伟 大数据背景下的网络问政
- 048 李向帅 微博舆论下主流话语的危机与应对
- 058 罗昕 政务微博影响力的评价体系与提升策略
- 077 郭毅 为中国网络政治祛魅——从周永明《中国网络政治的历史考察：电报与清末时政》谈起

| 新生代·新生态

- 085 李龙 舆论狂欢背景下网络热点事件对青年大学生思潮的影响——以“李天一案”为例
- 090 程杰 新媒体传播创新与青年认同漫谈

| 故事荟

- 099 邹雨茉 天津“汽车限购令”的公众表达与蝴蝶效应
陈泽然
- 105 马陈南 内地幼童香港便溺争议事件舆情分析

| 信息图

| 说文解字

- 123 陈桂琴 镜像星巴克

- 129 黄雪姣 社会化媒体时代的“意见领袖”嬗变

| 分析师手记

- 137 方晓林 打击网络谣言行动舆情观察
邢思悦

| 案例库

- 145 麦尚文 “互联网思维”与政府传播创新
江东波 ——地方网络行政的“南海模式”探究
- 153 申新 问政沟通与“舆论情绪”疏导
江燕 ——浙江余姚“鞋哥”事件的应对分析
- 165 袁星 网络问政中的“次生灾害”处置
——以四川阆中国土局“神回复”事件为例
- 177 叶培森 国际舆情事件中的话语提升与认同建构传播
罗晓艺 ——基于 ABC 辱华事件的舆情分析报告

| 田野调查

- 193 朱磊 广州市民十八届三中全会认知与评价调查报告
张琦
孙莉
- 208 李四方 “广货”边贸发展及其品牌传播策略研究
李苗

| 专论

- 217 肖伟 简论新媒体环境下民间传播主体的新闻框架
- 227 陈梦婷 广东民间个体行动者的问政路径与传播策略
- 234 黄伊霖 微博舆论场中的谣言及其调控
- 239 刘媛媛 转型浪潮中报纸的“变”与“不变”
- 244 李梓菡 商业微博谣言的危害及治理机制
阳翼
- 252 刘梦宇 从《西藏日报》的评论看媒介对国家认同的塑造
- 256 邱一江 BBC 和《纽约时报》什邡事件报道的新闻语篇比较
范晓玲
熊科伟

| 编后记

- 265 陈泽然 面子和里子

重磅

- 蓝 云** “网络问政”重塑舆论场的价值共识
——一位网络问政官的观察与思考
- 刘 进** “资源 + 团队 + 跨界”
张学斌 ——云平台驱动下的“南方问政”模式
戎飞腾
- 盛正挺** 政务传播走向移动互联——一名记者对佛山南海“网络强区”的再观察

“网络问政”重塑舆论场的价值共识

——一位网络问政官的观察与思考

■ 蓝 云

奥一网、南网是南方报业传媒集团旗下的新闻互动社区网站，是广东网络问政核心互动平台。本文是作者对于南方报业网络问政探索历程、网络问政内涵以及网络问政与“两个舆论场”关系的若干思考。

一、南方报业网络问政的探索历程、初步成效

奥一网的前身是“深圳热线”，这是中国第一批地方网站。2005年下半年，南方报业传媒集团对“深圳热线”进行改组，注入了“创新 包容 担当 卓越”等新闻传媒、公共价值的基因。有着“杂交、混血、两栖”特性的奥一网由此呱呱落地，2006年3月起正式上线运营，主推网络问政、新闻博客、网民报料等核心频道。2012年4月，南方（南方日报官网）和奥一网借鉴云计算理念，联合建设“南方报业网络问政云平台”，再次较大幅度地推进了广东网络问政的进程。

7年多来，南方报业网络问政大胆创新实践，取得一定成效。

1. 建立了一个充满活力、和谐有序、富于建设性的网络问政平台。通过南网、奥一网，网民可与省委13位常委、省政府主要领导和广东40多个省直机关、21个地市负责人、100多位县委书记、县长直接沟通交流。2006年3月全国及省市“两会”期间，奥一网联合《南方日报》、《南方都市报》，全国首推“有话问总理”“有话问省长”“有话问市长”等互动栏目，两年后在此基础上集结推出了全国第一个以“网络问政”为明确名称的系统化平台。2010年10月，南方报业网络问政平台荣获第二十届中国新闻奖名专栏奖。平台目前有近60万条来帖，党政机构回复率接近5%。

2. 参与主办了近6年广东省级网络问政主要活动。前任省委书记汪洋5年五会网友，现任省委书记胡春华2013年初向网友拜年，都是通过这个平台。可以说，南网、奥一网有这个“江湖地位”，靠的是竞争中的相对优势。其中有个重要节点发生

在2007年12月25日，时任省委书记汪洋号召广东“以新一轮思想大解放推动新一轮大发展”，编辑部发挥主观能动性，秉承新闻担当意识，以及对大趋势的预判，于次日独家推出“捎给汪洋书记的话·我为广东科学发展建言献策”，引发网民“拍砖灌水”热潮。2008年2月29日，《南方都市报》集结出版网帖特刊《岭南十拍》，见报当日受到省委领导公开肯定，广东网络问政大幕拉开，“珠岛拍砖”“龙剑血帖”“民间拍案”“群众论坛”“惠州样板”等精彩篇章接连上演，一时间珠江潮涌，琴瑟和鸣，好不热闹……

3. 发掘、培育和引导了一大批具有建设性、责任感和监督精神的“网络公民”、民间智库成员。网络江湖中，“网络公民”以其建设性、责任感、独立意识而脱颖而出。2012年1月，“南方民间智库”获得广东省民政厅批文，正式挂牌成立。“南方民间智库”目前有70多名正式成员及上千名活跃参与者。在广东省委宣传部副部长、南方报业传媒集团管委会主任莫高义看来，责任政府、责任网民是辩证统一的关系。

4. 主办了100多场网络问政线下活动。中国网络问政研讨会、广东网民论坛、南方民间智库围观会等渐成品牌活动。

5. 借鉴云计算、大数据理念，建设“网络问政云平台”。奥一网、南网和《南方农村报》网站，已经创造性地实现了“共用一套数据库，页面各自表达”。南方日报社社长、南方报业传媒集团总编辑张东明指出，南方报业传媒集团将充分聚合集团与自身的资源优势，通过整合主流党报的权威发布渠道，发挥新闻工作者的专业优势，合力打造具备公信力、影响力和生命力的南方网络问政全媒体大平台。

7年前，网络问政在中国兴起，给广东带来了别样生机。到如今，一个充满活力、和谐有序、建设性的网络民主平台在这里已经初步建成，形成了党政一把手率先垂范、各级官员积极响应介入、主流媒体搭建互动平台、各地网民踊跃参与、民间智库穿针引线的大格局，渐成上下呼应、左右竞合、线上线下浑然一体、长效机制有效运作的常态机制。

从全国范围来看，奥一网、南网和胶东在线、人民网、红网、大河网、中国宁波网等兄弟网站，重塑网络传媒价值，搭建了责任网站群落，建设了新时期健康、向上的互联网文化。一段时间里，互联网充斥着暴力、色情的东西，网站的社会价值、公共形象并不高，网络问政在新时期尽情演绎“党旗红 IT 蓝”，既有原则、有底线，又接地气、可亲可近。

二、网络问政内涵分析

2012年9月23日，在网络问政先行先试之地——广东省惠州市，集结几十位专家、官员的共同智慧，浓缩成网络问政“惠州6+2共识”。“共识”由历年来获得网络问政类中国新闻奖一等奖的6家网站，和两家较有代表性的地市网站——金山网（中国·镇江）、今日惠州网共同发布，“共识”开宗明义指出，我们共同致力于营造文明和谐的网络环境，确保信息自由流动、有序流动、安全流动，促进我国互联网健康发展。“共识”认为：网络问政塑造了新型健康的网络文化，是弘扬社会主义核心价值观的重要体现。“共识”最重要的创新意义在于，首度提出了网络问政的“四维主体”说。

1. 党委政府是网络问政的重要推动力。网络问政是新时期密切联系群众、了解民意、凝聚民智的创新手段，是具有国际视野和政治远见的中国官员，基于对转型期中国国情的深刻洞察，主动顺应时代的变革之举。

南方报业网络问政平台有今天的发展，离不开多年来广东省委、省府的开明之举和省网管办等主管部门的全力支持。同时，广东网络问政的风生水起，也佐证了广东政坛的新风尚、新气象。惠州、烟台等地多年实践表明，网络问政办好了，信访就少了，社会综合治理成本显著降低。有网友将其间规律总结为，“多上网 少上访 不上街”。

2. 人民群众的智慧是网络问政的源泉。智慧与真知蕴于民间，通过网络平台，原生态草根智慧可以被集纳和传播。“围观改变中国”的实质是网民渴望参与公共社会建设的强大意愿，是网络问政参政的群众基础。

3. 新技术是网络问政的根基。140字有大乾坤，微博异军突起，自媒体时代到来，网络问政进入了全新阶段。基于互联网技术的网络问政，一定要站在技术的潮头，方能引领时代，倒逼制度改革。

4. 网络问政的孕育，离不开公共媒体的自觉、自律。互联网在中国，不应只有经济属性、娱乐属性，还要有公共价值、社会价值。

党委政府、人民群众、新技术和公共媒体，网络问政“四维问政”一推出，便受到各界人士的广泛认可，《南方日报》全文刊登，一些知名人士也发文肯定、引用。